

Томчаковська Ю. О.<https://orcid.org/0000-0003-0117-2704>

Національний університет «Одеська юридична академія»

ФУНКЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Статтю присвячено дослідженню функцій економічної термінології в англomовному публіцистичному дискурсі на матеріалі статей BBC News та CNN. Актуальність теми зумовлена активним розвитком сучасного медіапростору, високим рівнем термінологізації англomовних медіатекстів та зростанням ролі економічної інформації у глобальній комунікації. У роботі проаналізовано структурно-семантичні особливості англomовних економічних термінів, визначено основні способи їх функціонування в сучасних публіцистичних текстах, а також охарактеризовано їхній прагматичний та впливовий потенціал. Встановлено, що економічна термінологія в англomовному публіцистичному дискурсі виконує не лише номінативну та інформаційну функції, а й реалізує оцінну, прагматичну, доказову, маніпулятивну та популяризаторську функції. Доведено, що економічні терміни активно поєднуються з експресивними та метафоричними мовними засобами, що сприяє посиленню емоційного впливу на адресата та формуванню певного сприйняття економічних процесів. У статті визначено основні структурні типи економічних термінів, серед яких прості, похідні, складні та багатокomпонентні терміни, а також аббревіатури й акроніми. Матеріалом дослідження слугували англomовні публіцистичні тексти економічної тематики, опубліковані на платформах BBC News та CNN. Аналіз практичного матеріалу засвідчив, що сучасний англomовний медіадискурс характеризується активною метафоризацією економічної лексики, високим рівнем прагматизації та адаптацією спеціалізованої економічної термінології до потреб масової аудиторії. Отримані результати підтверджують, що економічна термінологія є важливим інструментом формування медійного впливу та репрезентації економічної картини світу в сучасному англomовному публіцистичному дискурсі. Перспективи подальших досліджень убачаються у поглибленому вивченні прагматичного потенціалу економічної термінології, особливостей її перекладу українською мовою, а також аналізі функціонування економічних термінів у цифровому медіапросторі та соціальних мережах.

Ключові слова: економічна термінологія, англomовний публіцистичний дискурс, медіалінгвістика, економічний дискурс, медіатекст, прагматична функція, метафоризація, термін, англomовні медіа, економічна лексика.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому інформаційному просторі економічна тематика посідає одне з провідних місць у системі англomовного публіцистичного дискурсу. Активний розвиток міжнародних фінансових відносин, цифрової економіки, біржових ринків, підприємництва та економічної журналістики сприяє постійному оновленню й розширенню економічної термінології, яка дедалі частіше виходить за межі вузькоспеціалізованого вжитку та функціонує у мас-медійному просторі. У сучасних англomовних публіцистичних текстах економічні терміни виконують не лише номінативну функцію, а й слугують важливим інструментом впливу на громадську думку, формування економічної кар-

тини світу та реалізації прагматичних стратегій медіакомунікації.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю комплексного аналізу функцій економічної термінології в англomовному публіцистичному дискурсі, оскільки сучасні медіатексти характеризуються високим рівнем термінологізації, поєднанням спеціалізованої та загальноновживаної лексики, а також активним використанням економічних термінів у процесах інтерпретації суспільно-політичних та фінансових подій. Особливого значення набуває дослідження того, як економічна термінологія адаптується до потреб масової аудиторії, спрощується, метафоризується або набуває експресивного забарвлення в публіцистичних текстах.

Попри значну кількість праць, присвячених термінології, медіалінгвістиці та дискурсології [2; 3; 4], функціональний аспект економічної термінології в англomовному публіцистичному дискурсі потребує подальшого вивчення. Недостатньо дослідженими залишаються особливості реалізації інформаційної, оцінної, маніпулятивної, прагматичної та популяризаторської функцій економічних термінів у сучасних англomовних медіа. Це зумовлює необхідність комплексного аналізу мовних засобів репрезентації економічної термінології та її ролі у формуванні змісту й комунікативного впливу публіцистичного дискурсу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика функціонування термінології в сучасному медійному просторі активно досліджується в межах медіалінгвістики, дискурсології та термінознавства. Значна увага приділяється особливостям англomовного медіа-дискурсу, його структурним характеристикам, прагматичному потенціалу та механізмам мовного впливу на адресата. У сучасних дослідженнях медіа розглядаються не лише як засіб передачі інформації, а і як інструмент формування суспільної свідомості, оцінок та інтерпретацій соціально-економічних процесів [4].

У працях, присвячених медіалінгвістиці, визначено основні тенденції розвитку сучасного медійного дискурсу, його мультимодальний характер, динамічність та активне використання спеціалізованої лексики у публіцистичних текстах [7]. Особливу увагу приділено англomовним газетним і медійним текстам, у яких поєднуються інформативна та впливова функції мовлення [5]. Дослідники наголошують, що сучасний медіадискурс характеризується високим рівнем термінологізації, зокрема активним функціонуванням економічної, політичної та соціальної термінології [2].

У наукових розвідках щодо англomовних медійних текстів акцентується увага на мовних засобах репрезентації інформації, способах адаптації спеціалізованої лексики до масового сприйняття та особливостях перекладу медійних текстів українською мовою [1]. Водночас підкреслюється, що економічна термінологія у медіа часто набуває додаткових прагматичних та оцінних значень, що пов'язано з необхідністю впливу на аудиторію та інтерпретації економічних подій.

Дослідження структурно-семантичних характеристик економічної термінології засвідчують її динамічний розвиток, відкритість до лексичних інновацій та активне поповнення новими терміно-одинацями [3]. У сучасному англomовному публі-

цистичному дискурсі економічні терміни часто виходять за межі вузькоспеціалізованого вжитку й стають складником загальноомовної комунікації. Це сприяє виникненню процесів спрощення, метафоризації та експресивізації економічної лексики у медіатекстах.

Окремі дослідження присвячені лексичним інноваціям в англomовному медійному дискурсі початку XXI століття, зокрема змінам у функціонуванні спеціалізованої лексики та її прагматичному потенціалу [6]. Значну увагу також приділено аналізу медіадискурсу як комунікативного простору, у межах якого мовні одиниці реалізують не лише номінативну, а й маніпулятивну, оцінну та популяризаторську функції [8].

Попри значну кількість наукових праць, присвячених медіалінгвістиці та термінології, функціональний аспект економічної термінології в англomовному публіцистичному дискурсі залишається недостатньо висвітленим. Потребують подальшого дослідження особливості реалізації інформаційної, прагматичної, оцінної та маніпулятивної функцій економічних термінів у сучасних англomовних медіа, що й зумовлює актуальність обраної теми.

Постановка завдання. Метою статті є комплексне дослідження функцій економічної термінології в англomовному публіцистичному дискурсі та визначення особливостей її функціонування у сучасних медіатекстах. Особливу увагу зосереджено на ролі економічних термінів у реалізації інформаційного, прагматичного та впливового потенціалу англomовних публіцистичних матеріалів.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань: з'ясувати теоретичні засади дослідження економічної термінології в межах медіалінгвістики та дискурсології; визначити основні структурно-семантичні особливості економічних термінів у сучасному англomовному публіцистичному дискурсі; проаналізувати функції економічної термінології в англomовних медіатекстах; дослідити специфіку реалізації інформаційної, оцінної, прагматичної та маніпулятивної функцій економічних термінів; охарактеризувати особливості адаптації спеціалізованої економічної лексики до потреб масової аудиторії в англomовних медіа.

Матеріалом дослідження слугували англomовні публіцистичні тексти економічної тематики, опубліковані на інформаційних ресурсах BBC News Official Website та CNN Official Website. Для аналізу було відібрано статті, присвячені питанням

міжнародної економіки, фінансових криз, інфляції, ринку праці, бізнесу та глобальних економічних процесів.

У процесі дослідження використано комплекс загальнонаукових і лінгвістичних методів. Метод суцільної вибірки застосовано для добору економічних термінів із медіатекстів. Описовий метод дав змогу систематизувати та охарактеризувати функціональні особливості економічної термінології. Метод контекстуального аналізу використано для визначення специфіки функціонування економічних термінів у публіцистичному дискурсі. Елементи дискурс-аналізу сприяли виявленню прагматичного потенціалу економічної термінології та її ролі у формуванні медійного впливу на адресата.

Виклад основного матеріалу. Однією з основних структурних особливостей англійських економічних термінів є переважання іменникових конструкцій. Найбільш поширеними є прості терміни, представлені одним словом: *market, inflation, budget, revenue, assets, trade*. Вони становлять основу економічної терміносистеми та виконують номінативну функцію, позначаючи базові економічні поняття. Поряд із простими термінами активно функціонують похідні терміни, утворені за допомогою афіксації: *globalization, profitability, deregulation, unemployment, monetization*. Використання суфіксів *-tion, -ity, -ment, -ing, -ance* забезпечує формування абстрактних економічних понять та процесів.

Важливе місце в англійській економічній термінології займають складні терміни та багатоконпонентні словосполучення. Найпоширенішими є двоконпонентні конструкції типу *noun + noun* або *adjective + noun*: *stock market, interest rate, financial crisis, economic growth, consumer demand*. Такі терміни характеризуються високою інформативністю та здатністю точно передавати спеціалізовані поняття. У сучасному економічному дискурсі також широко використовуються багатоконпонентні терміни: *international monetary policy, global financial stability, sustainable economic development*.

Характерною рисою економічної термінології є активне використання абревіацій та акронімів, що зумовлено прагненням до мовної економії. Наприклад: *GDP (Gross Domestic Product), IMF (International Monetary Fund), WTO (World Trade Organization), CEO (Chief Executive Officer)*. Скорочення забезпечують компактність економічного дискурсу та сприяють швидкому сприйняттю інформації у професійній комунікації.

Семантично економічні терміни відзначаються тенденцією до точності й однозначності в межах фахового контексту. Однак у публіцистичному та медійному дискурсі багато економічних термінів набувають додаткових конотативних та оцінних значень. Наприклад, термін *recession* у медіатекстах часто асоціюється не лише зі спадом економіки, а й із соціальною нестабільністю та кризою. Термін *inflation* може використовуватися для створення негативного емоційного впливу на аудиторію через асоціації зі зростанням цін та зниженням рівня життя.

Ще однією важливою семантичною особливістю є процес метафоризації економічної термінології. У сучасному англійському дискурсі економічні явища часто описуються через метафоричні моделі: *market crash, economic slowdown, financial storm, economic recovery*. Такі одиниці підсилюють експресивність медіатекстів та полегшують сприйняття складних економічних процесів широкою аудиторією.

Крім того, економічна термінологія англійської мови характеризується високим рівнем відкритості до лексичних інновацій. Поява нових фінансових технологій, цифрових платформ і глобальних економічних явищ сприяє виникненню неологізмів, зокрема *fintech, cryptocurrency, crowdfunding, gig economy, digital assets*. Це свідчить про динамічний характер сучасної економічної терміносистеми та її здатність швидко реагувати на суспільні й технологічні зміни.

В одній із проаналізованих статей [9] економічна термінологія виконує насамперед інформаційну, прагматичну та оцінну функції. Текст присвячений впливу воєнного конфлікту на туристичну галузь Дубая, тому економічні терміни використовуються для опису фінансових втрат, кризових процесів і змін у сфері міжнародного туризму.

У межах структурно-семантичного аналізу можна виділити прості економічні терміни: *revenues, salaries, tourists, businesses, airlines, hotels, economy*. Вони виконують базову номінативну функцію та позначають ключові економічні поняття. Наприклад, у реченні “many of her restaurants have seen revenues fall by more than 50%” термін *revenues* використовується для позначення прибутків компанії та реалізує інформаційну функцію, оскільки передає конкретні фінансові показники.

У статті активно функціонують багатоконпонентні економічні терміни: *tourism industry, international visitors, operational costs, financial*

hardship, travel agencies, reduced flight schedule. Такі конструкції забезпечують точність і деталізацію економічної інформації. Наприклад, словосполучення *tourism industry reels from 'brutal' impact of war* позначає цілий сектор економіки та водночас набуває емоційно-оцінного забарвлення через дієслово *reels* та прикметник *brutal*).

Важливою особливістю тексту є поєднання економічної термінології з експресивною лексикою. Наприклад, терміни *revenues, salaries, operational costs* поєднуються з емоційно забарвленими словами *brutal, devastating, sharply disrupted*. Це свідчить про реалізацію прагматичної та впливової функцій економічної термінології у публіцистичному дискурсі. Автор не лише інформує читача про економічні втрати, а й формує емоційне сприйняття кризи.

У тексті також простежується використання кількісних економічних показників: *"revenues fall by more than 50%", "declines of 70% to 80%", "95.2 million travellers last year"*. Такі числові дані підсилюють достовірність повідомлення та реалізують інформаційно-доказову функцію економічної термінології.

Окрему увагу привертають терміни, пов'язані з кризовими економічними процесами: *cut salaries, unpaid leave, shut down outlets, occupancy levels dropped, economic disruption*. Вони формують семантичне поле економічної нестабільності та репрезентують негативні наслідки воєнного конфлікту для туристичної індустрії. Наприклад, конструкція *occupancy levels across Dubai hotels dropped to between 15% and 20% of the usual level* демонструє використання спеціалізованої термінології готельного бізнесу в публіцистичному тексті.

З погляду семантики у статті активно реалізується метафоризація економічних процесів. Наприклад, словосполучення *tourism industry reels* та *taking a heavy toll* мають метафоричний характер і підсилюють драматичність опису економічної ситуації. Подібні конструкції роблять економічну інформацію більш зрозумілою та емоційно виразною для масової аудиторії.

Аналіз статті засвідчує, що економічна термінологія в англomовному публіцистичному дискурсі виконує комплекс функцій: інформаційну, оцінну, прагматичну та впливову. Економічні терміни забезпечують точність передачі інформації, водночас поєднуючись із засобами емоційного впливу та формуючи певне сприйняття економічної ситуації читачем.

В одній зі статей на платформі CNN [10] економічна термінологія функціонує в межах публіцистичного дискурсу, поєднуючи інформаційну, прагматичну, оцінну та маніпулятивну функції. Матеріал присвячений впливу нових AI-інструментів компанії Anthropic на світовий ринок програмного забезпечення та реакції фондового ринку на технологічні інновації.

У тексті активно використовуються прости економічні терміни: *stocks, investors, market, subscriptions, profits, industry, companies*. Вони виконують базову номінативну функцію та забезпечують точність передачі економічної інформації. Наприклад, у реченні *"software stocks into a spiral"* термін *stocks* позначає акції компаній і використовується для опису негативної динаміки фондового ринку.

Значне місце займають багатокomпонентні економічні терміни та словосполучення: *software industry, software-as-a-service business model, data analytics products, enterprise software companies, financial services sector*. Такі конструкції характеризуються високою інформативністю та деталізують специфіку сучасного цифрового ринку. Наприклад, термін *software-as-a-service business model* використовується для позначення моделі SaaS, яка, за твердженням авторів статті, може зазнати серйозних змін через розвиток AI-технологій.

У межах структурного аналізу спостерігається активне використання абревіацій та скорочень, зокрема AI та SaaS. Вони реалізують функцію мовної економії та відображають тенденцію сучасного англomовного економічного дискурсу до компактності й стандартизації професійної комунікації.

Особливістю статті є поєднання економічної термінології з емоційно забарвленою лексикою. Наприклад, у заголовку *"Anthropic's new AI tool sends shudders through software stocks"* економічний термін *software stocks* поєднується з метафоричним висловом *sends shudders*, що створює атмосферу нестабільності та паніки на ринку. Подібне поєднання свідчить про реалізацію оцінної та прагматичної функцій економічної термінології у публіцистичному дискурсі.

У тексті активно функціонують терміни, пов'язані з кризовими економічними процесами: *disruption, selloff, market panic, downturn, valuation losses*. Наприклад, конструкція *"raising fears that the bread-and-butter software-as-a-service business model is now at risk of disruption"* демонструє використання економічної термінології для формування тривожного інформаційного фону та підсилення емоційного впливу на читача.

Важливу роль відіграють числові показники та фінансові дані, які реалізують доказову та інформаційну функції. Наприклад, у супровідних матеріалах згадуються “\$250 billion wipeout in global stock markets” та “\$30 billion funding round”. Такі одиниці підвищують рівень достовірності тексту й створюють ефект об’єктивності економічного аналізу.

Семантично текст характеризується активною метафоризацією економічних процесів. Наприклад, конструкції *software stocks into a spiral, market panic, AI apocalypse trade, sends shockwaves through Wall Street* створюють образ економічної нестабільності та посилюють експресивність медійного повідомлення. Подібні метафори полегшують сприйняття складних фінансових процесів широкою аудиторією та підвищують впливовість тексту.

У статті також простежується тенденція до популяризації спеціалізованої економічної термінології. Складні поняття фондового ринку та IT-економіки подаються через зрозумілі широкій аудиторії пояснення, що свідчить про реалізацію популяризаторської функції економічної лексики в англomовному публіцистичному дискурсі.

Таким чином, аналіз статті засвідчує, що економічна термінологія в англomовному медійному просторі виконує комплекс функцій: інформаційну, прагматичну, оцінну, доказову та маніпулятивну. Економічні терміни забезпечують точність передачі інформації, водночас поєднуючись із метафоричними та експресивними засобами, що формують певне сприйняття економічної ситуації читачем.

Висновки. Проведене дослідження засвідчило, що економічна термінологія є важливим складником англomовного публіцистичного дискурсу та

виконує комплекс функцій, спрямованих не лише на передачу спеціалізованої інформації, а й на реалізацію прагматичного впливу на адресата. У сучасних англomовних медіатекстах економічні терміни активно виходять за межі вузькопрофесійного вжитку та стають елементом масової комунікації, забезпечуючи формування економічної картини світу в суспільній свідомості.

Дослідження семантичних особливостей економічних термінів показало, що у публіцистичному дискурсі вони нерідко набувають додаткових конотативних та оцінних значень. У сучасних англomовних медіатекстах економічна лексика активно поєднується з експресивними та метафоричними засобами, що сприяє підсиленню емоційного впливу на аудиторію. Аналіз публікацій BBC News та CNN підтвердив, що економічна термінологія в англomовному публіцистичному дискурсі реалізує інформаційну, оцінну, прагматичну, доказову, маніпулятивну та популяризаторську функції. Економічні терміни використовуються для передачі точних фінансових показників, опису кризових процесів, формування атмосфери економічної нестабільності та впливу на емоційне сприйняття читача.

Отже, економічна термінологія в англomовному публіцистичному дискурсі є не лише засобом номінації економічних явищ, а й важливим інструментом медійного впливу та інтерпретації соціально-економічної реальності. Перспективи подальших досліджень убачаються у поглибленому вивченні прагматичного потенціалу економічної термінології, особливостей її перекладу українською мовою, а також аналізі функціонування економічних термінів у цифровому медіапросторі та соціальних мережах.

Список літератури:

1. Гайдук Н. А., Хоровець В. Є. Лінгвістичні особливості англomовних медійних текстів та способи їх перекладу українською мовою. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 27. Т. 1. С. 164–169. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.27.1.28>
2. Красівський О. М. Термінологія англійського мас-медійного дискурсу: теоретичні та методологічні засади. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71), № 6. С. 133–137. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-1/24>
3. Лиса Н. С., Янкова Т. М. Структурно-семантичні особливості сучасної економічної термінології. *Дослідження з лексикології і граматики української мови*. 2013. Вип. 14. С. 62–71.
4. Потапенко С. І. Сучасний англomовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти. Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.
5. Чугу С. Д. Дослідження сучасного англomовного газетного тексту в категоріях медіалінгвістики. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія»*. Острого : Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 4(72). С. 57–60.
6. Чумак Л. М. Лексичні інновації в англomовному медійному дискурсі початку XXI століття: структурний і лінгвопрагматичний аспекти: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2018. 237 с.
7. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. Київ, 2013. Вип. 26. С. 3–12.

8. Matheson D. Media discourses: analysing media texts. London : Open University Press, 2005. 206 p.
9. BBC News. URL: BBC News Official Website (дата звернення: 09.04.2026).
10. CNN. URL: CNN Official Website (дата звернення: 09.05.2026).

Tomchakovska Yu. O. FUNCTIONS OF ECONOMIC TERMINOLOGY IN ENGLISH PUBLICISTIC DISCOURSE

The article is devoted to the study of the functions of economic terminology in English publicistic discourse based on articles published by BBC News and CNN. The relevance of the topic is determined by the active development of the modern media space, the high level of terminologization of English media texts, and the growing role of economic information in global communication. The paper analyses the structural and semantic features of English economic terms, identifies the main ways of their functioning in modern publicistic texts, and characterizes their pragmatic and influential potential. It has been established that economic terminology in English publicistic discourse performs not only nominative and informative functions but also evaluative, pragmatic, evidential, manipulative, and popularizing functions. It is proven that economic terms are actively combined with expressive and metaphorical linguistic means, which contribute to strengthening the emotional impact on the recipient and shaping a particular perception of economic processes. The article identifies the main structural types of economic terms, including simple, derived, compound, and multi-component terms, as well as abbreviations and acronyms. The research material consisted of English publicistic texts on economic topics published on the BBC News and CNN platforms. The analysis of the practical material demonstrated that modern English-language media discourse is characterized by active metaphorization of economic vocabulary, a high level of pragmatization, and adaptation of specialized economic terminology to the needs of a mass audience. The obtained results confirm that economic terminology is an important tool for shaping media influence and representing the economic worldview in modern English publicistic discourse. Prospects for further research are seen in a deeper study of the pragmatic potential of economic terminology, the peculiarities of its translation into Ukrainian, as well as the analysis of the functioning of economic terms in the digital media space and social networks.

Keywords: *economic terminology, English publicistic discourse, media linguistics, economic discourse, media text, pragmatic function, metaphorization, term, English media, economic vocabulary.*

Дата першого надходження статті до видання: 24.04.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 11.05.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026